



Rückblick auf die Aktivitäten im Jahr 2013



OFFENSIVE MITTELSTAND
Netzwerk Baden-Württemberg



Zwei starke Gruppen, um Stuttgart und um die Region Freiburg



Region Stuttgart

- Jeden Monat ein Netzwerktreffen.
- Zwölf unterschiedliche Themenschwerpunkte, von Betrieblichen Gesundheitsmanagement über Internetmarketing bis zu Innovationsfähigkeit im demografischen Wandel u.a.
- Organisatorische Absprachen usw.
- Durchschnittlich 15-30 TeilnehmerInnen
- OM wurde Partner der Gesundheitskonferenz Stuttgart, Schwerpunkt BGM
- Partner in der regionalen Fachkräfteallianz

Region Freiburg

- Erstes Treffen im Januar gefolgt von 5 weiteren Terminen
- Die Terminen haben vorwiegend der Gruppenfindung und der Ausarbeitung eines neuen Veranstaltungsformats gedient.
- Gedacht ist es für einzelne Gewerbegebiete in der Region, es orientiert sich an den Zukunftstrends nach Horx unter Einbindung der OM-Instrumente.
- „1. Probelauf“ Januar 2014

OM Beraterausbildung

Mit der FHM durch Herrn Wilken wurde eine erste Berater-Qualifizierung in Stuttgart durchgeführt und 10 neue Beraterinnen und Berater konnten aufgenommen werden.

OM- BW Beratertage

- 2013 fanden zum ersten Mal Beratertage in Stuttgart statt.
- Insgesamt waren es 3 Termine.
- Eingeladen waren alle gelisteten Berater aus BW
- Ziel der Beratertage war es: sich kennen zu lernen, die jeweiligen Erfahrungen auszutauschen aber auch dem OM BW Netzwerk ein auf das „Ländle“ passendes Gesicht zugeben, eine einheitlichere Sprache zu entwickeln, um damit die Marke OM noch bekannter werden zu lassen.

2. OM BW Landeskongress

„Will und braucht die Y-Generation eine neue Führung?“



Rund 120 Gäste



Pressegespräch
(Hr.H.Frank, Fr. K.Mangold, Hr. P.Hofelich v.l...)

„Will und braucht die Y-Generation eine neue Führung?“

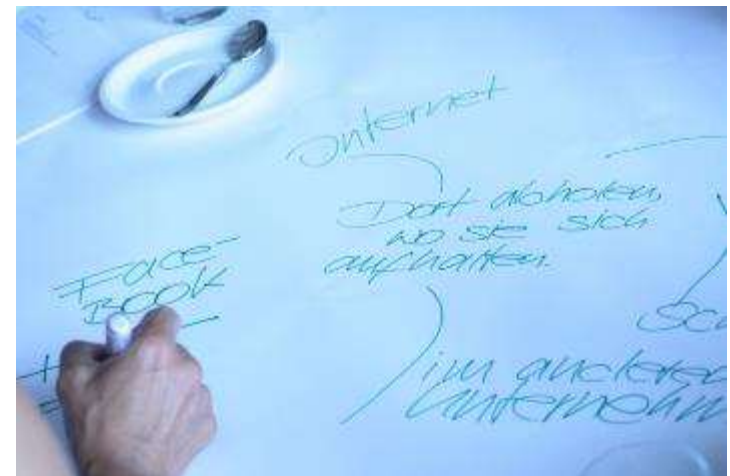
Input



Eröffnung: Peter Hofelich,
Mittelstandsbeauftragter der
Landesregierung BW
Impulsvortrag:
Fr. Prof. Dr. J. Rump/INQA

„Will und braucht die Y-Generation eine neue Führung?“

Arbeit



World-Café Themen: Personalgewinnung,
Mitarbeiterbindung, Vielfalt.
Jeder TN zu jedem Thema.

„Will und braucht die Y-Generation eine neue Führung?“

Lernen

Anerkennen



Interview: Fr. Andrea Menze Inh. Friseurgeschäft, Hr. H. Frank OM Berater

Urkunden: Fr. K. Mangold itb, Fr. A. Menze, Hr. B. Wiener (re. Bild)

OM BW Presse

1.1.2013 09:41:10

Checkliste Freitag 29.8.13

Wachstumsbremse Personalmangel

Mittelstand. Mittelständler haben es oft schwer, offene Stellen zu besetzen. Unternehmer reagieren mit Imagewende, verbesserten Strategien und auffälliger Werbung.

95 Prozent der mittelständischen Unternehmen haben offene Stellen zu besetzen. Für diese Vakanzen finden Firmen in mehr als der Hälfte der Fälle nur schwer Personal, oder gar nicht. Diese Zahlen stellt die Jobbörse Monster.de im Juli zusammen. Der Fachkräftemangel wächst sich mehr und mehr zu Wachstumsbremse aus. Die Situation habe sich 2013 sogar noch weiter verschärf.

Die von Monster Deutschland befragten Unternehmen sehen die demografische Veränderung klar als Ursache der Personalverknappung. Der Anteil der schwer besetzbaren offenen Stellen ist im Vergleich zum Vorjahr sogar noch um 2,1 Prozentpunkte gewachsen und der Anteil der nicht besetzten Vakanzen um drei Prozent. „Der Fachkräftemangel wird für immer mehr Unternehmen des Mittelstands zur akuten Belastung“, sagt Bernd Kraft, Topmanager bei Monster Deutschland. „Jede nicht besetzte Stelle trägt das Risiko eines wirtschaftlichen Verlusts. Das Unternehmen muss sich die Frage stellen, ob es wirklich alle Möglichkeiten beachtet hat: von der Optimierung der Zielgruppenstrategie bis hin zum richtigen Layout seiner Stellenausschreibung“, betont Kraft.

Spezialist für die Gestaltung der perfekten Stellenausschreibung ist Kay Tangermann. In seinem Buch „Die neue Stellenausschreibung“ gibt der Geschäftsführer einer Werbeagentur Tipps zur Anzeigen, die auffallen und gelesen werden. „Sehe dich verpflichtet nicht zur Langeweile. Dreckt man den Firmenanzeigen an, sehen viele Anzeigen gleich aus“, weiß Tangermann. Dabei soll eine Brilung zum Bewerben ganz anders aussehen: originell, unregelmäßig, unverwechselbar. Um das zu erreichen, plädiert Tangermann für klar formulierte Texte. „Je präziser, sprachvoller und kompetentischer eine Anzeige formuliert ist, desto weniger sinnlose Bewerbungen bringt sie. Das orientiert auch die Personalabteilung bei der Auswahl“, sagt der Webexperte. Anzeigen mit Charakter verwickeln Bewerber, die Mut zum eigenen Gesicht haben, mit zurückvoller Typografie, Plastische Sprache und sprachliche Formulierungen seien der Weg zum Traumkandidaten.

SICHSÜSSELHERAUSFORDERUNG MITARBEITERBINDUNG

„Wir setzen bei all unseren Anzeigen auf das gewisse Augenwinkeln“, sagt Rabald Rüdiger. Der Geschäftsführer der gleichnamigen Speciation in Karlsruhe visualisiert seine Anforderungen mit passenden Bildmaterial. „Wo sich Fuchs und Fälsch gute Nacht sagen“ - verprecht seine Anzeigen mit der zentralistischen Anspielung auf den Standort in Hohenlohe, weitab von der nächsten großen Stadt. „Obwohl wir ein mittelständischer Logistikdienstleister sind, lassen wir unsere Anzeigen professionell gestaltet und betonen“, sagt Rüdiger, der in dreifaches Werbematerial investiert. Die Firmenarbeiten, ein knalliges Orange und dunkles Blau, kommen ihm ebenso zupass. Besonders beliebt seine Firma unter dem Mangel an Berufskraftfahrern. Sowohl für den Netzwerk mit Kaiserin Lew bis 18 Tausend sowie für Fahrer in Europa und der ganzen Welt sucht der Frachtkostenunternehmer mit auffälligen Anzeigen Fahrer sowie Auszubildende.

Professionelle Stellenausschreibungen sind nur eine Option, die Mittelständler ziehen. Für 33,1 Prozent ist die eigene Ausbildung ein Instrument. So macht das auch Rüdiger mit einer Ausbildungsquote von 20 Prozent. „Im beruflichen Raum ziehen die Jugendlichen weg, um in der Stadt zu lernen. Dann bleiben sie dort, um die Dörfer verlassen. Ich möchte Nachwuchs von hier, der zur Stabilität meiner Firma und der Region beiträgt“, ergänzt der Geschäftsführer.

Außerdem setzen die Befragten laut Monster Deutschland auf die Rekrutierung von Frauen (63,3 Prozent) und Älteren (56,9 Prozent). Für 56,3 Prozent sind flexible Arbeitsmodelle eine Möglichkeit. Nur 17,7 Prozent sehen internationale Rekrutierung als Lösung ihres Problems. „Die Bindung der Mitarbeiter und die Pflege des eigenen Images sind für die befragten Mittelständler die Schlüsselherausforderung“, sagt Kraft.

Ein Werkzeug, bei der eigenen Firma zu erkennen, wozu es hat, ist der Unternehmenscheck der Offensive Mittelstand. Der Check „Guter Mittelstand“ soll helfen, Entwicklungspotenziale in Firmen auszunutzen. Er beruht auf der Erfahrungen erfolgreicher Unternehmen sowie auf wissenschaftlichen wissenschaftlicher Forschung. Dass die ehrenamtlich geführte Offensive Mittelstand ihren Partnern einen direkten Nutzen bringt, bestätigt Geschäftsführer von Act of Hair Studio, Andreas Menze, aus Esslingen. Durch den Unternehmenscheck konnte er die bestehenden Probleme in ihrem Friseurbetrieb machen. „Diese legen wir allein im Bereich der Personalplanung mit drei Mitarbeitern“, sagt Inhaberin Menze.

VERTRAUEN UND WERTSCHÄTZUNG

Der Check soll ihr helfen, Beschäftigte zu motivieren und sie in das Unternehmen zu binden. Das ist ein entscheidender Erfolgsfaktor gegenüber der Fachkräftemangels und eher immer über wertenden Bevölkerung. Auch an der strategischen Ausrichtung machte die Wellnessmanufaktur und Make-up-Spezialistin arbeiten. „Um meinen Betrieb wieder auf Kurs zu bringen und zukunftsfähig aufzustellen, habe ich das Förderprogramm der Offensive Mittelstand beantragt“, berichtet Menze. Mit einem sehr gewissen Berater stellt sie nun im Rahmen des Programms einen Handlungsplan für die kommenden Monate auf. „Beste Punkte auf der Liste konnte ich bereits erfolgreich umsetzen“, weiß die Chefin.

„Der Check fördert, was Mittelständler immer stark gemacht hat: eine Kultur des Vertrauens und der Wertschätzung. Das ist Voraussetzung für Engagement, Ideen und Innovation“, sagt Angelika Stockinger von der Offensive Mittelstand. Dem guten Unternehmer liegt die Qualität seiner Produkte und Leistungen am Herzen, und ihm ist die Zufriedenheit seiner Kunden und Beschäftigten wichtig. Lutz Heider

OM BW unterwegs



**Roadshow mit
dem Partner
MDS Engen
auf Messen in:
Freiburg,
Villingen-
Schwenningen,
2x Stuttgart**

OM BW Aussteller

Bei 13 unterschiedlichen Veranstaltungen war die OM BW dabei:

Fachkräftekongress IHK Stuttgart

Unternehmertag Freiburg

Wirtschaftstag Herrenberg

Jahrestagung Bund der Selbstständigen Geislingen

Von Beratern wurden ca. 500 Checks überreicht

Ziele OM BW 2014

Monatliche Treffen Region Stuttgart +
Pro Halbjahr eine Workshop-Serie zu OM Themen

Monatlich eine Veranstaltung/Zukunftsforum in den
Gewerbegebieten Region Freiburg

Drei Beratertage OM BW

3.Landskongress OM BW, Stuttgart Herbst 2014

Teilnahmen an großen und kleinen Messen

Roadshow Region Hegau

Stand 12/2013



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und
Danke Herr Neuhaus für das Präsentieren.**

**Allen OM Partnern eine schöne Advents- und
Weihnachtszeit und ein erfolgreiches Jahr 2014.**